

DAFTAR PUSTAKA

- A'la, Rofikul, N Rachma, and M Hufron. "Analisis *Brand Experience* dan *Brand Commitment* terhadap *Brand Loyalty* (Studi pada Konsumen Go-Jek yang Berada di Dinoyo)." *E-Jurnal Riset Manajemen* 09, no. 04 (2020): 70–84.
- Abdurachman, Abizar. "Pengaruh *Brand Experience*, *Trust*, dan *Satisfaction* terhadap *Brand Loyalty* (Studi pada Merek Toyota Avanza di Jakarta)." Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Banking School Jakarta, 2018.
- Adhi, Yayan Setiya. "Pengaruh *Brand Image* terhadap *Brand Loyalty* Indomie Produk PT. Indofood Sukses Makmur." *Universitas Sanata Dharma Fakultas Ekonomi*. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2010.
https://repository.usd.ac.id/14429/2/052214134_Full.pdf.
- Aditya, Ignatius, and Miharni Tjokrosaputro. "Pengaruh *Brand Satisfaction*, *Brand Trust*, dan *Brand Experience* terhadap *Brand Loyalty* Kompas Digital." *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan* 4, no. 1 (2008): 60–64.
- Adiwidjaja, Adrian Junio, and Zeplin Jiwa Husada Tarigan. "Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse." *AGORA* 5, no. 3 (2017).
- Afandi, Moch. "Pengaruh *Brand Trust* terhadap *Brand Loyalty* pada Konsumen Obat Flu Mixagrip di Surabaya (Studi Penelitian di Wilayah Kedung Baruk)." Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, 2011.
- Agung, Anak Agung Putu, and Anik Yuesti. *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif dan Kualitatif*. Edited by I Nengah Suardhika. 1st ed. Vol. 1. Bali: CV. Noah Aletheia, 2019.
- Aldi, M. "Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Motor Suzuki Satria F 150 Pada PT. Sinar Galesong Pratama di Makassar." Universitas Muhammadiyah Makassar, 2018.
- Anggraheni, Nina. "Pengaruh *Trust In A Brand* terhadap *Brand Loyalty* pada Konsumen Shampoo Clear di Surakarta." Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2012.
- Anjani, Arin. "Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* terhadap *Brand Loyalty* Lipstik Revlon (Studi Kasus Konsumen Lipstik Revlon di Yogyakarta)." Universitas Negeri Yogyakarta, 2017.
- Arinawati, Vivi Kuarti. "Pengaruh Iklan, Citra Merek, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Wardah Cosmetics di Kota Medan." Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara, 2017.

- Azizah, Binti. "Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Bank Syariah di Kota Malang." *Skripsi, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2017.
- Azman, Muhammad Nurul. "Pengaruh Harga (*Price*), *Trust In Brand*, dan *Brand Image* terhadap *Brand Loyalty* pada Pengguna Sepeda Motor Merek Honda (Studi Kasus pada Konsumen Motor Honda di Kota Tangerang)." Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011.
- Bastian, Danny Alexander. "Analisa Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) dan Kepercayaan Merek (*Brand Trust*) terhadap Loyalitas Merek (*Brand Loyalty*) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia." *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* 2, no. 1 (2014): 1–9.
- Bramastha, Meledio. "Dampak Mediator dari *Brand Loyalty* dan *Brand Image* terhadap *Brand Equity* pada Kasus Bank Mandiri Tbk Cabang Godean Yogyakarta." Universitas Islam Indonesia, 2018.
- Chasanah, Nur. "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Susu Instan di Pasar Modern Kota Surabaya." Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2010.
- Efendy, Pricillia, and Yessica Audya Suryadinata. "Analisa Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* terhadap *Brand Loyalty* di Restoran D'Cost Surabaya," n.d., 613–27.
- Ermawati, Lusy. "Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* terhadap *Brand Loyalty* pada Konsumen *Female Bag* Sophie Martin Paris di Kota Jember." Universitas Jember, 2016.
- Famela, Fiantika, and Kartika Wulandari. "*Brand Image* Grab terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Pandangan Islam." *Medina-Te: Jurnal Studi Islam* 15, no. 2 (2014): 47–55.
- Fatikhyaid, Mohamad, N Rachma, and M Hufron. "Pengaruh *Brand Image*, *Brand Awareness* dan *Brand Trust* terhadap *Brand Loyalty* Pengguna Smartphone Merek Samsung (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma)." *Jurnal Riset Manajemen*, 2016, 82–94.
- Firdaus, Ridho. "Pengaruh *Brand Image* dan *Media Communication* Terhadap Minat Memilih Produk Pembiayaan Modal Usaha dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi pada Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Tamwil Muhammadiyah Bina Masyarakat Utama Bandar Lampung)." Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017.
- Fitri, Inayah. "Pengaruh Iklan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Ditinjau dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Pengguna Sepeda Motor Honda Beat di Kelurahan Mulya Asri

- Kabupaten Tulang Bawang Barat).” Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang, 2018.
- Hutama, Rizal Firmansyah. “Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* terhadap *Brand Loyalty* Pelanggan *Godspeedwarehouse* Jember.” Universitas Jember, 2018.
- Karwulandari, Nita. “Pengaruh *Emotional Branding*, *Brand Experience*, dan *Customer Satisfaction* terhadap *Brand Loyalty* (Studi pada Konsumen Produk Merek Rabbani di Outlet Rabbani Cabang Kutoarjo).” Universitas Muhammadiyah Purworejo, 2017. <http://repository.umpwr.ac.id:8080/handle/123456789/1070>.
- Kemenag. “Qur-an Kemenag.” Kemenag, 2019. <https://quran.kemenag.go.id/sura/10>.
- Khoirun Nisa, Azizah. “Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan E-Banking Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara Online dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Nasabah Bank BNI Syariah KC Tanjungkarang).” Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018.
- Koto, Dessy Kartika F. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse All Star pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Methodist Medan.” *Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota*. Universitas Sumatera Utara Medan, 2021.
- Kurniawan, Agung Widhi, and Zarah Puspitaningtyas. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016.
- Kurniawan, Hironimus Hari. “Pengaruh *Perceived Quality* terhadap *Brand Loyalty* Melalui Mediasi *Brand Image* dan *Brand Trust* (Studi pada *Brand* Restoran McDonald’s Di Kota Malang).” *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 4, no. 2 (2017): 228–39.
- Lestari, Wulan. “Analisis Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*), Kepercayaan Merek (*Brand Trust*) dan Harga (*Price*) terhadap Loyalitas Merek (*Brand Loyalty*) (Studi Kasus pada Konsumen Lux di Kota Semarang).” Universitas Semarang, 2016.
- Luthfiyah, Husna. “Tingkat Kepercayaan Pelanggan Terhadap Pedagang Online di Akun Facebook Butik Shaqila di Pasir Pengaraian Menurut Perspektif Ekonomi Islam.” Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau-Pekanbaru, 2020.
- Maria, Riani Tri. “Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust*, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan.” Universitas Negeri Semarang, 2017.
- Mashuri. “Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif

- Islam.” *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 9, no. 1 (2020): 54–64.
- Mayasari, Sofia. “Pengembangan *Brand Loyalty* Berbasis Islami terhadap Loyalitas Pasien di Rumah Sakit.” Universitas Airlangga Surabaya, 2018.
- Nofriyanti, Ayesha Rizky. “Pengaruh *Brand Trust*, *Brand Image*, *Perceived Quality* *Brand Loyalty* terhadap *Brand Equity* Pengguna Telkomsel.” *Ekonomi Bisnis* 22, no. 3 (2017): 130–42.
- Nopriani, Yesi. “Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image* Telkomsel terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Sebagai Variabel *Moderating* (Studi pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang).” UIN Raden Fatah Palembang, 2017.
- Novalia, Dini, Rose Rahmidani, and Abel Tasman. “Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* terhadap *Brand Loyalty* Vaseline Hand & Body Lotion pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang.” *Jurnal Ecogen* 1, no. 2 (2018): 316. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v1i2.4752>.
- Nurhayati, Siti. “Pengaruh *Brand Trust*, *Brand Experience* dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.” *Jurnal.Amaypk.Ac.Id* VII, no. 2 (2020): 36–46. <http://jurnal.amaypk.ac.id/index.php/jbma/article/download/100/114>.
- Oktiani, Asri, and Rozy Khadafi. “Pengaruh *Brand Awareness* dan *Brand Image* Serta *Word of Mouth* terhadap *Brand Trust* dan Pembentukan *Brand Loyalty* pada Pelanggan C’Bezt Fried Chicken Kecamatan Genteng Banyuwangi.” *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)* 1, no. 2 (2018): 269–82.
- Pangestika, Teta Kirana, and Imroatul Khasanah. “Analisis Pengaruh *Brand Image*, *Brand Experience*, *Brand Trust*, dan *Brand Satisfaction* terhadap *Brand Loyalty* Financial Technology: E-Wallet (Studi pada Pengguna DANA di Kota Semarang).” *Diponegoro Journal of Management* 10, no. 4 (2021): 2–17.
- Pertiwi, Agata Rahmi, Achmad Helmy Djawahir, and Andarwati. “Pengaruh *Brand Experience* terhadap *Brand Satisfaction*, *Brand Trust* dan *Brand Loyalty* (Studi pada Konsumen Make-Up Brand Impor di Surabaya).” *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan* 5, no. 2 (2017): 20–35.
- Prabowo, Aris. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Trust*, *Brand Image*, dan Kepuasan Pelanggan terhadap *Brand Loyalty* pada Air Mineral Aqua (Studi Kasus pada Konsumen Air Mineral Aqua di Wilayah Tangerang Selatan).” Universitas Islam Negeri Syarif

- Hidayatullah Jakarta, 2013.
- Pranadata, I Gede Putu, Minarti Rahayu, and Ananda Sabil Hussein. "Analisis Pengaruh *Brand Experience* terhadap *Brand Perceived Value*, *Brand Satisfaction*, dan *Brand Loyalty* (Studi Kasus pada Industri *One Stop Carcare Service* di Kota Malang)." *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 4, no. 2 (2017): 217–28.
- Purnomo, Rochmat Aldy. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. Edited by Puput Cahya Ambarwati. *Cv. Wade Group*. 1st ed. Jawa Timur: Wade Group, 2016. CV. Wade Group.
- Kemenag. "Qur'an Kemenag." Accessed January 20, 2022. <https://quran.kemenag.go.id/sura/33>.
- Kemenag. "Qur'an Kemenag." Accessed January 28, 2022. <https://quran.kemenag.go.id/sura/2>.
- Kemenag. "Qur'an Kemenag." Accessed January 21, 2022. <https://quran.kemenag.go.id/sura/16>.
- Kemenag. "Qur'an Kemenag." Accessed January 21, 2022. <https://quran.kemenag.go.id/sura/99>.
- Kemenag. "Qur'an Kemenag." Accessed January 30, 2022. <https://quran.kemenag.go.id/sura/3>.
- Kemenag. "Qur'an Kemenag." Accessed December 29, 2021. <https://quran.kemenag.go.id/sura/4>.
- Rachman, Rony Kurnia, and Wahyono. "Pengaruh *Brand Experience* dan *Brand Reputation* terhadap *Brand Loyalty* Melalui *Brand Trust* (Study pada Pengguna XL di Semarang)." *Management Analysis Journal* 6, no. 1 (2017): 1–11.
- Rachmawan, Ade. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Rust*, *Brand Image* dan Kepuasan Pelanggan terhadap *Brand Loyalty* pada Air Mineral Aqua (Studi Kasus pada Konsumen Air Mineral Aqua di Wilayah Tangerang Selatan)." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 2, no. 1 (2018): 11–29.
- Ramadhani, Zulfiana Khatimah, Eny Endah Pujiastuti, and Hastho Joko Nur Utomo. "Pengaruh *Brand Experience* dan *Brand Trust* terhadap *Brand Attachment* Serta *Brand Loyalty*." *Jurnal Administrasi Bisnis* 17, no. 1 (2019): 47–57.
- Ratnawati, Alifah, and Annisa Ayu Lestari. "Peran *Brand Trust* dalam Memediasi *Brand Experience*, *Brand Personality* dan *Brand Community* terhadap *Brand Loyalty*." *EKOBIS* 19, no. 2 (2018): 185–202.
- Razak, Mashur. *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alauddin University Press, 2016.
- Rini, Ayu Stia, and Eka Sulistyawati. "Pengaruh *Brand Trust*, *Customer Satisfaction*, dan *Corporate Social Responsibility* terhadap *Brand*

- Loyalty.*” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 3, no. 3 (2014): 510–29.
<http://imedpub.com/ojs/index.php/IAJAA/issue/current>.
- Rini, Restu Puspita. “Analisis Pengaruh *Trust In Brand*, Kualitas Pelayanan, Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya pada *Brand Loyalty* pada Produk Speedy Telkom” (Studi Kasus pada Mahasiswa/i Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).” Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011.
- Rizan, Mohammad, Basrah Saidani, and Yusiyana Sari. “Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* terhadap *Brand Loyalty* Teh Botol Sosro (Survei Konsumen Teh Botol Sosro di Food Court ITC Cempaka Mas, Jakarta Timur).” *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 3, no. 1 (2012): 1–17.
- Sandika, Verli. “Pengaruh *Threat Emotion*, *Brand Trust* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Konsumen POND’S Di Provinsi Lampung).” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020.
- Sari, Desi Purnama. “Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse All Star pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.” Universitas Medan Area, 2017.
- Sarwono, Jonathan. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.
- Septian, Romario. “Pengaruh *Brand Image* terhadap Loyalitas Konsumen Produk Sepatu Converse (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma di Yogyakarta).” Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2016.
- Septiani, Galuh Dwi. “Pengaruh Layanan Sistem Pelacakan Online (*Web Trace And Tracking*) dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Pelanggan Jasa JNE Express Cabang Bandar Lampung).” Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019.
- Sibagariang, Sem Christina Hawila, and Tinjung Desy Nursanti. “Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* terhadap *Brand Loyalty* pada PT Bank Sinarmas.” *Journal The Winners* 11, no. 2 (2010): 118–29.
- Sidabutar, Carlos Bryan, and Diah Dharmayanti. “Analisa Pengaruh *Brand Experience* terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Brand Trust*, *Customer Satisfaction* dan *Customer Intimacy* Sebagai Variabel Intervening pada Kiehl’s Surabaya.” *Jurnal Manajemen*

- Pemasaran Petra* 1, no. 1 (2015): 1–10.
- Sujarweni, Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2020.
- Susminingsih. *Etika Bisnis Islam*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2020.
- Syahrum, and Salim. “Metodologi Penelitian Kuantitatif.” Bandung: Citapustaka Media, 2012.
- Top Brand Award*. “*Top Brand Index* Beserta Kategori Lengkap,” 2021. <https://www.topbrand-award.com/#elementor-action%3Aaction%3Dpopup%3Aopen%3Asettings%3DeyJpZCI6IjIwNTUiLCJ0b2dnbGUiOnRydWV9>.
- Utomo, Ichsani Widi. “Pengaruh *Brand Image*, *Brand Awareness*, dan *Brand Trust* terhadap *Brand Loyalty* Pelanggan Online Shopping (Studi Kasus Karyawan di BSI Pemuda).” *Jurnal Komunikasi* VIII, no. 1 (2017): 76–84.
- Veronika. “Pengaruh Iklan dan *Brand Image* terhadap Minat Beli Konsumen, dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Mediasi (Kasus Calon Konsumen Shampoo Dove di Pusat Perbelanjaan: Gardena Department Store & Supermarket Yogyakarta).” Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2016.
- Yoana, Maria, and Miharni Tjokrosaputro. “Pengaruh *Brand Experience*, *Brand Trust*, *Customer Satisfaction* terhadap *Brand Loyalty* Produk Cimory.” *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan* 2, no. 5 (2018): 38–44.